

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik klien make up artist dengan pengguna melalui promosi media Instagram. Jadi semakin tinggi daya tarik klien make up artist maka akan semakin meningkatkan pengguna melalui promosi media Instagram. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi dibawah 0.05 sehingga hipotesis pada penelitian ini diterima. Ada beberapa karakteristik responden yang terkait dan dapat mendukung hasil hipotesis ini dimana untuk umur responden paling banyak atau mayoritas responden berumur 22 tahun. Dari hasil SPSS diketahui bahwa untuk means atau rata-rata data jawaban responden untuk umur 22 tahun 18,400 untuk daya tarik klien dan 23,300 untuk promosi dan nilai ini diatas umur lainnya sehingga dapat dikatakan umur tersebut mendominasi untuk daya tarik klien.
2. Berdasarkan hasil pertanyaan terbuka yang disebarkan kepada responden, sebagian besar mengetahui akun instagram MUA Lizzebethmua dari teman karena seringnya berkumpul dan bersosialisasi dengan teman maka informasi cepat tersampaikan.

Sebagian besar responden telah menjadi follower Instagram MUA Lizzebethmua selama 1 tahun. Foto paling menarik bagi sebagian besar responden adalah foto pernikahan , karena Lizzebeth mua menampilkan foto sesuah dan sebelum make up, dan untuk pernikahan make up nya lebih rumit dan detail jadi para follower makin kagum dengan karya Lizzebethmua. Seringnya Lizzebethmua dalam mempromosikan Instagramnya makin banyak yang tahu tentang karyanya, sebagian besar responden mengetahui promosi yang dilakukan Lizzedbethmua setiap hari.

5.2. Saran

Sedangkan saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah:

1. Sebaiknya pihak *Make up artist* dapat mempertahankan bahkan meningkatkan promosi media Instagram karena akan berdampak pada peningkatan jumlah kliennya. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan *follow up* kepada konsumen sehingga menjadi semakin loyal, serta meningkatkan kemenarikan promosi melalui media Instagram misalnya *background* warna yang menarik, disertai dengan diskon harga lebih banyak sehingga lebih menarik bagi konsumen.
2. Pada penelitian dengan topik serupa dimasa mendatang maka dapat dilakukan perbandingan beberapa Make up artist atau

menggunakan media promosi lain selain Instagram, seperti Facebook dan sebagainya.

